

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平9-91358

(43) 公開日 平成9年(1997)4月4日

(51) Int. C. 1. ⁶ 識別記号 庁内整理番号 F I 技術表示箇所
 G 0 6 F 19/00 G 0 6 F 15/24
 H 0 4 L 12/54 H 0 4 N 1/00 1 0 7 A
 12/58 1/32 Z
 H 0 4 N 1/00 1 0 7 9466-5 K H 0 4 L 11/20 1 0 1 B
 1/32
 審査請求 未請求 請求項の数 3 1 O L (全 20 頁)

(21)出願番号 特願平7-250816
(22)出願日 平成7年(1995)9月28日

(71)出願人 000005223
富士通株式会社
神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号
(72)発明者 鎌倉 章
神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地
富士通株式会社内
(72)発明者 大根田 秀雄
東京都千代田区丸の内一丁目6番1号 株式
会社富士通システム総研内
(72)発明者 田中 秀樹
東京都千代田区丸の内一丁目6番1号 株式
会社富士通システム総研内
(74)代理人 弁理士 大曾 義之 (外1名)

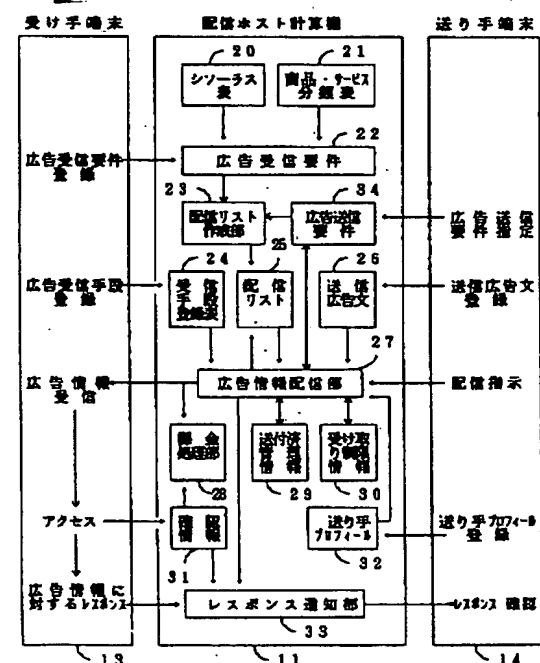
(54) 【発明の名称】情報提供装置および方法

(57) 【要約】

【課題】 送り手が発信する多様な情報の配信先を効率的に絞り込むことが課題である。

【解決手段】 受け手は受け手端末13から広告受信要件22を配信ホスト計算機11に登録し、送り手は送り手端末14から広告送信要件34を登録する。配信リスト作成部23は、広告受信要件22に記録された受け手属性と広告の希望ジャンル、および広告送信要件34に記録されたジャンルと受け手に対する希望属性を参照し、受け手と送り手の希望がともに満足されるような配信リスト25を作成する。広告情報配信部27は、配信リスト25に従って送信広告文26を受け手に配信する。

配信リスト計算機の構成図



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 送り手から受け手へ送られる情報の配信に関する処理を行う情報処理システムにおいて、前記受け手の受け手属性と前記送られる情報に対する希望条件を含み、該受け手が設定する情報受信要件と、該送られる情報の情報属性と前記送り手の該受け手に対する希望条件を含み、該送り手が設定する情報送信要件とを入力する入力手段と、前記情報属性が前記情報に対する希望条件を満足し、前記受け手属性が前記受け手に対する希望条件を満足する場合に、前記送り手から前記受け手への情報配信を許可する処理手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項 2】 前記入力手段は、送られる広告情報に対する希望条件を含む前記情報受信要件と、該送られる広告情報の情報属性を含む前記情報送信要件とを入力し、前記処理手段は、該情報受信要件と情報送信要件とに基づいて、前記送り手から前記受け手への広告情報の配信を行うかどうかを決定することを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 3】 前記入力手段は、前記送り手があらかじめ設定した最大送信件数を入力し、前記処理手段は、該最大送信件数を超える情報の配信を禁止することを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 4】 前記入力手段は、受け手に対する複数の希望条件を入力し、前記処理手段は、該受け手に対する複数の希望条件を組み合わせて、複数の受け手の中から配信先を絞り込むことを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 5】 前記入力手段は、前記受け手の個人情報を含む前記受け手属性を入力し、前記処理手段は、前記送り手に対する該個人情報の匿名性を保証することを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 6】 前記情報受信要件を記憶する記憶手段をさらに備え、前記入力手段は、前記受け手の年齢、性別、居住地域、行動範囲のうち少なくとも 1 つに関する情報を、前記受け手属性として入力することを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 7】 前記入力手段は、現時点における受け手の所在位置に関する位置情報を前記受け手属性として入力し、前記処理手段は、該位置情報を用いて複数の受け手の中から配信先を絞り込むことを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 8】 前記入力手段は、ファックス、音声メール、電子メール、ビデオオンデマンドを含むネットワークメディアおよび一般郵便の中から前記受け手が選択した、1 つまたは複数の配信形態を入力し、前記処理手段は、選択された該配信形態で前記情報を配信する指示を出力することを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 9】 前記送り手から前記受け手へ前記情報を自動的に配信する配信手段をさらに備え、前記入力手段が前記情報受信要件を変更した時、または前記受け手に関する新たな情報受信要件を入力した時、該配信手段は、前記処理手段が新たに許可した情報配信を自動的に行うことを特徴とする請求項 1 記載の情報提供装置。

【請求項 10】 送り手の端末と受け手の端末を結ぶネットワークにおける情報処理システムにおいて、与えられた商品またはサービスの分類情報から前記受け手が指定した、商品またはサービスの第 1 の種類情報を入力する入力手段と、

10 入力された前記第 1 の種類情報に対応する商品またはサービスに関する広告情報を選択する処理手段と、選択された広告情報を前記受け手に配信する配信手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項 11】 前記分類情報に対応する商品・サービス分類表を記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、該商品・サービス分類表を前記受け手の端末上に表示し、前記受け手が該商品・サービス分類表がない第

20 2 の種類情報を指定しようとした時、該第 2 の種類情報を該商品・サービス分類表に追加することを特徴とする請求項 10 記載の情報提供装置。

【請求項 12】 前記分類情報に対応する商品・サービス分類表と、該商品・サービス分類表の商品またはサービスの種類毎の、過去一定期間内に配信された広告情報の件数とを記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、前記第 1 の種類情報に対応する広告情報の件数を前記受け手の端末上に表示することを特徴とする請求項 10 記載の情報提供装置。

30 【請求項 13】 前記分類情報に対応するシソーラス表を記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、前記第 1 の種類情報をキーとして該シソーラス表を検索し、該シソーラス表内の対応する種類を元に前記広告情報を選択することを特徴とする請求項 10 記載の情報提供装置。

【請求項 14】 前記入力手段は、前記受け手が指定した特定の送り手の送り手識別情報を入力し、前記処理手段は、前記第 1 の種類情報に対応する広告情報のうち該送り手識別情報に対応する該特定の送り手からの広告情報の配信を禁止することを特徴とする請求項 10 記載の情報提供装置。

40 【請求項 15】 他の受け手が指定した第 3 の種類情報を記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、該第 3 の種類情報を前記第 1 の種類情報として用いて、前記広告情報を選択することを特徴とする請求項 10 記載の情報提供装置。

【請求項 16】 前記受け手の属性情報を記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、同じ属性情報を持つ他の受け手が指定した第 4 の種類情報を検索し、該第 50 4 の種類情報を前記第 1 の種類情報として用いて、前記

広告情報を選択することを特徴とする請求項10記載の情報提供装置。

【請求項17】前記処理手段は、1つ以上の標準的な種類情報を前記受け手に提示し、前記入力手段は、該受け手が該1つ以上の標準的な種類情報をから選択した第5の種類情報を前記第1の種類情報として用いて、前記広告情報を選択することを特徴とする請求項10記載の情報提供装置。

【請求項18】前記受け手の属性情報を記憶する記憶手段をさらに備え、前記処理手段は、該受け手の属性情報が前記第1の種類情報に対応する広告情報を送り手の希望条件に該当する時、該広告情報を選択し、前記配信手段は、該送り手の希望条件に該当した属性情報を、該広告情報とともに前記受け手の端末上に表示することを特徴とする請求項10記載の情報提供装置。

【請求項19】送り手の端末と受け手の端末を結ぶネットワークにおける情報処理システムにおいて、複数の送り手に対する広告情報を配信を、分割して行うための分割条件を入力する入力手段と、前記分割条件に基づいて、前記広告情報を分割配信する配信手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項20】送り手の端末と受け手の端末を結ぶネットワークにおける情報処理システムにおいて、前記送り手のプロフィールを記憶する記憶手段と、前記送り手が前記受け手に初めて広告情報を送信する時、該広告情報とともに前記プロフィールを配信する配信手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項21】送り手から受け手へ送られる広告情報の配信に関する処理を行う情報処理システムにおいて、一定時間または一定期間の単位で前記送り手があらかじめ設定した、前記広告情報の賞味期限を入力する入力手段と、前記賞味期限を過ぎた時、前記広告情報の配信を禁止する処理手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項22】送り手から受け手へ送られる広告情報の配信に関する処理を行う情報処理システムにおいて、一定期間の広告情報受け取り量を指定する受け取り制限を入力する入力手段と、該受け取り制限の範囲内で前記広告情報の配信を許可する処理手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項23】前記処理手段は、前記受け取り制限を超える超過広告情報について、配信を禁止するか、翌日以降に配信するか、部分情報のみを配信するかのいずれかの処理を行うことを特徴とする請求項22記載の情報提供装置。

【請求項24】前記入力手段は、前記受け手が設定した受け取り制限期間と前記送り手が設定した前記広告情報の賞味期限を入力し、前記処理手段は、前記受け取り制限にかかわらず、該受け取り制限期間内に該賞味期限が切れる広告情報の配信を許可することを特徴とする請求項23記載の情報提供装置。

求項22記載の情報提供装置。

【請求項25】送り手から受け手へ送られる広告情報の配信に関する処理を行う情報処理システムにおいて、前記受け手が希望する広告情報の種類と、前記送り手が設定する複数の種類情報を入力する入力手段と、前記複数の種類情報を組み合わせて、前記受け手が希望する広告情報の種類と比較し、複数の受け手の中から配信先を絞り込む処理手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

10 【請求項26】前記処理手段は、商品またはサービスを分類した商品・サービス分類表と、該商品・サービス分類表内の特定の種類に対応する広告情報を希望している受け手の数または属性に関する統計情報を、前記送り手の端末上に表示させることを特徴とする請求項25記載の情報提供装置。

【請求項27】送り手の端末から受け手の端末へネットワークを介して広告情報を配信するホスト計算機を有する情報処理システムにおいて、前記受け手が前記広告情報を受信した後、該広告情報の

20 内容にアクセスしたことを電子的に確認する確認手段と、アクセスを確認したことを示す確認情報を自動的に生成し、前記ホスト計算機または前記送り手の端末に返送する返信手段とを備えることを特徴とする情報提供装置。

【請求項28】前記返信手段は、前記広告情報を前記受け手の端末が受信したことを示す受信情報と、該広告情報に対する前記受け手のレスポンスのうち、少なくとも一方を前記ホスト計算機経由で前記送り手の端末に送信することを特徴とする請求項27記載の情報提供装置。

30 【請求項29】前記確認情報を受け取った時、前記送り手に対して追加料金を課金する課金手段をさらに備えることを特徴とする請求項27記載の情報提供装置。

【請求項30】送り手の端末と受け手の端末を結ぶネットワークにおける情報処理システムのための記憶媒体であって、前記受け手の受け手属性と送られる情報に対する希望条件を含み、該受け手が設定する情報受信要件と、該送られる情報の情報属性と該受け手に対する希望条件を含み、該送り手が設定する情報送信要件とを入力する入力手段と、

40 前記情報属性が前記情報に対する希望条件を満足し、前記受け手属性が前記受け手に対する希望条件を満足する場合に、前記送り手から前記受け手への情報提供を許可する処理手段とを備えることを特徴とする記憶媒体。

【請求項31】送り手から受け手へ送られる情報の配信に関する処理方法において、前記受け手の受け手属性と送られる情報に対する希望条件を含む情報受信要件を作成し、該送られる情報の情報属性と該受け手に対する希望条件

を含む情報送信要件を作成し、前記情報属性が前記情報に対する希望条件を満足し、前記受け手属性が前記受け手に対する希望条件を満足する場合に、前記送り手から前記受け手へ前記情報を配信することを特徴とする情報提供方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、電子メール、音声メール、ビデオオンデマンド、FAX（ファクシミリ）、郵便等の送り手からの情報を受け手に配信するかどうかを、自動的に決定する情報提供装置およびその方法に関する。

【0002】

【従来の技術】近年、コンピュータネットワークの発達とパーソナルコンピュータの普及に伴い、コンピュータ通信を利用したマス・マーケティングが試みられている。その一環として、商品やサービス等を提供するベンダーは、それらの広告情報を掲載したダイレクトメールを電子メールの形でユーザに送信することがある。ダイレクトメールを受信したユーザはその内容にアクセスして、掲載された商品等が気にいれば、指定された方法でベンダーに発注する。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、上述のような従来の広告情報の配信方法には次のような問題がある。

【0004】ダイレクトメールの発信者は、コンピュータ通信の加入者に対してほとんど無差別に広告情報を送るので、そのメールを受信したユーザが内容にアクセスしてくれるという保証はない。仮に、ダイレクトメールの内容にアクセスしてくれたとしても、必ずしも掲載商品に興味を示して発注するとは限らない。したがって、発信者にとって、広告のヒット率が極めて低いという問題がある。

【0005】また、ダイレクトメールの受信者にとっては、自分が要求した覚えのない広告情報が一方的に送られてくることが多く、それらのハンドリングに無駄な時間を費やさなければならないという問題がある。興味のないベンダーや商品等の広告情報が大量に、あるいは繰り返し送られてくると、受信者の負担は増大する。

【0006】本発明は、送り手が発信する多様な情報の配信先を効果的に絞り込むことが可能な情報提供装置およびその方法を提供することを目的とする。

【0007】

【課題を解決するための手段】本発明は、送り手から受け手へ送られる任意の情報の配信に関する処理を行う情報処理システムにおける情報提供装置およびその方法である。

【0008】図1は、本発明の情報提供装置の原理図である。図1の情報提供装置は、入力手段1、処理手段

2、配信手段3、確認手段4、および返信手段5を備える。入力手段1は、受け手の受け手属性と送られる情報に対する希望条件を含み、上記受け手が設定する情報受信要件と、上記送られる情報の情報属性と送り手の受け手に対する希望条件を含み、送り手が設定する情報送信要件とを入力する。処理手段2は、上記情報属性が上記情報に対する希望条件を満足し、上記受け手属性が上記受け手に対する希望条件を満足する場合に、上記送り手から上記受け手への情報配信を許可する。

【0009】情報提供装置には、受け手属性と送り手の受け手に対する希望条件とが入力手段1により入力され、処理手段2は、受け手属性が送り手の希望に合っているかどうかを調べることができる。受け手属性とは、例えば年令、性別、職業等の受け手の属性を意味し、送り手はこれらの属性に対する希望を入力する。また、処理手段2は、送り手の希望に合うような受け手を選択することも可能になる。

【0010】また、情報属性と受け手の情報に対する希望条件とが入力手段1により入力され、処理手段2は、情報属性が受け手の希望に合っているかどうかを調べることができる。情報属性とは、例えば情報の種類、カテゴリ、有効期限等の送信情報の属性を意味し、受け手はこれらの属性に対する希望を入力する。また、処理手段2は、受け手の希望に合うような情報の送り手を選択することも可能になる。

【0011】また、入力手段1は、与えられた商品またはサービスの分類情報から受け手が指定した、商品またはサービスの第1の種類情報を入力する。処理手段2は、入力された第1の種類情報に対応する商品またはサービスに関する広告情報を選択する。そして、配信手段3は、選択された広告情報を上記受け手に配信する。

【0012】商品またはサービスの分類情報には、送られる広告情報の種類が一覧表やシソーラスの形で格納され、受け手はその中の1つまたは複数を指定する第1の種類情報を入力する。処理手段2は第1の種類情報に基づいて、分類情報から受け手が希望する商品またはサービスの種類を特定し、配信手段3はその種類に関する広告情報を受け手に配信する。これにより、受け手は希望する種類の広告情報のみを受け取り、希望しない広告は拒否することが可能になる。

【0013】また、確認手段4は、受け手が配信手段3から広告情報を受信した後、その広告情報の内容にアクセスしたことを電子的に確認する。そして、返信手段5は、アクセスを確認したことを示す確認情報を自動的に生成し、その確認情報を配信手段3または送り手の端末に返送する。

【0014】例えば、電子メールによる広告情報が受け手の端末に配信されただけでなく、受け手がその内容にアクセスしたことが確認手段4により確認され、その確認情報が返信手段5により配信手段3に通知される。こ

れにより、配信手段3は受け手が広告情報を見たかどうかを確認することができる。送り手もまた、配信手段3または返信手段5から確認情報を得ることができる。この確認情報は、広告情報の配信サービスの料金に反映させることもできる。

【0015】例えば、図1の入力手段は、実施形態における図2の配信ホスト計算機1-1のネットワーク1-2に対する入出力装置、または、受け手端末1-3および送り手端末1-4の入力装置に対応する。また、処理手段2は図3の配信リスト作成部2-3に対応し、配信手段3は広告情報配信部2-7に対応する。確認手段4と返信手段5は受け手端末1-3のCPU(中央処理装置)に対応する。

【0016】

【発明の実施の形態】以下、図面を参照しながら本発明の実施の形態を詳細に説明する。図2は、本発明の実施形態のシステム構成図である。図2において、配信ホスト計算機1-1、受け手端末1-3、および送り手端末1-4は、それぞれ通信ネットワーク1-2に接続されている。送り手端末1-4は商品やサービス等のベンダーの計算機端末であり、受け手端末1-3は他のネットワークユーザの計算機端末である。一般には、ネットワーク1-2にはそれぞれ複数の受け手端末1-3と送り手端末1-4が接続される。配信ホスト計算機1-1は、受け手端末1-3および送り手端末1-4から受け取る様々な情報に基づいて、どの送り手の広告情報をどの受け手に配信すべきかを決定する。

【0017】図3は、配信ホスト計算機1-1の構成と、配信ホスト計算機1-1が受け手端末1-3、送り手端末1-4との間で授受する情報を示している。図3の配信ホスト計算機1-1は、配信リスト作成部2-3、広告情報配信部2-7、課金処理部2-8、およびレスポンス通知部3-3を備え、シソーラス表2-0、商品・サービス分類表2-1、広告受信要件2-2、広告送信要件3-4、受信手段登録表2-4、配信リスト2-5、送信広告文2-6、送付済管理情報2-9、受け取り制限情報3-0、確認情報3-1、および送り手プロフィール3-2を記憶する。

【0018】配信リスト作成部2-3と課金処理部2-8は、配信ホスト計算機1-1のCPUの機能により実現され、シソーラス表2-0、商品・サービス分類表2-1、広告受信要件2-2、広告送信要件3-4、受信手段登録表2-4、配信リスト2-5、送信広告文2-6、送付済管理情報2-9、受け取り制限情報3-0、確認情報3-1、および送り手プロフィール3-2は、配信ホスト計算機1-1のメモリまたはディスク装置に格納される。また、広告情報配信部2-7とレスポンス通知部3-3は、指定された通信形態に応じて実現方法が異なる。通信形態が電子メール等の場合は、これらは配信ホスト計算機1-1のCPUに対応し、音声メールの場合はCPUと電話端末の組み合わせに対応し、FAXの場合はCPUとFAX端末の組み

合わせに対応し、一般郵便の場合はCPUと郵便の組み合わせに対応する。

【0019】次に、図4および図5を参照しながら、図3のような配信ホスト計算機1-1を有するダイレクトメール配信システムにおける情報配信処理のフローを説明する。

【0020】図4は、受け手端末1-3の処理を示すフローチャートである。図4において処理が開始されると、受け手端末1-3は、まず受け手となるユーザが設定した広告受信要件2-2を配信ホスト計算機1-1に登録し(ステップS1)、広告受信手段を受信手段登録表2-4に登録する(ステップS2)。広告受信要件2-2は、受け手の属性と広告情報に対する受け手の希望条件を表し、広告受信手段は、受け手の希望する配信形態を表す。広告受信要件2-2の登録の際には、必要に応じてシソーラス表2-0または商品・サービス分類表2-1が用いられる。

【0021】指定した広告受信手段がネットワーク1-2を介した電子メールの場合、送り手の広告情報を広告情報配信部2-7から受信すると(ステップS3)、受け手はその内容にアクセスし(ステップS4)、受け手端末1-3はアクセスしたことを電子的に確認する。受け手が広告情報にアクセスしたことは、例えば、電子メールの本文を画面上に表示する操作を行った時に確認される。そして、受け手端末1-3は、受け手が広告情報にアクセスしたことを示す確認情報3-1を自動的に生成して、配信ホスト計算機1-1に返す。また、受け手が広告情報に対するレスポンスの電子メールを作成すると、それをレスポンス通知部3-3に送り(ステップS5)、処理を終了する。

【0022】指定した広告受信手段が電子メール以外の場合でも、受け手が行う処理は基本的に同様である。ただし、この場合は、確認情報3-1は必ずしも生成されるとは限らず、レスポンスは必ずしも電子メールで送られるとは限らない。

【0023】図5は、送り手端末1-4の処理を示すフローチャートである。図5において処理が開始されると、送り手端末1-4は、まず送り手であるベンダーが作成した送り手プロフィール3-2と送信広告文2-6を配信ホスト計算機1-1に登録する(ステップS11、S12)。

送り手プロフィール3-2は、送り手に関する簡単な説明や取り扱い商品等の概要を表し、送信広告文2-6は、個々の商品等に関する詳細な説明を含む。これらの広告情報は必ずしも文書データである必要はなく、画像データや音声データを含む場合もある。

【0024】次に、送り手端末1-4は、送り手が指定した広告送信要件3-4を配信リスト作成部2-3に送り(ステップS13)、広告情報配信部2-7に広告情報の配信を指示する(ステップS14)。広告送信要件3-4は、広告情報の属性と受け手に対する送り手の希望条件を表すとともに、送り手の広告情報管理台帳の役割も果た

す。そして、送り手は、レスポンス通知部33から返信されるレスポンスを確認して（ステップS15）、処理を終了する。レスポンスが電子メールの場合は、送り手端末14上でそれを確認することができる。

【0025】一方、配信ホスト計算機11の配信リスト作成部23は、広告受信要件22と広告送信要件34とを元にして広告情報の配信先を決定し、配信リスト25を作成する。次に、送り手端末14から配信指示を受け取ると、広告情報配信部27は広告送信要件34、受信手段登録表24、配信リスト25、送付済管理情報29、および受け取り制限情報30を参照して、送信広告文26および送り手プロフィール32の配信処理を行う。そして、送信結果を配信リスト25に記録し、配信開始日や送信件数等を広告送信要件34に記録し、配信した広告情報の送り手等に関する情報を課金処理部28とレスポンス通知部33に渡す。レスポンス通知部33は、広告情報を受け手が受信したかどうか、アクセスしたかどうか、レスポンスの状況等を送り手に通知する。

【0026】課金処理部28は、まず広告情報が配信された時にその送り手に対して課金し、確認情報31を受け取るとさらに追加課金する。このように課金処理を広告情報の配信時とアクセス確認時の2段階に分けることにより、広告情報にアクセスした受け手への配信料金を、単に受信しただけの受け手への配信料金よりも高く設定することができる。

【0027】次に、図6から図10までを参照しながら、広告受信要件22の登録処理について説明する。図6および図7は、それぞれ広告受信要件22の登録時に参照される商品・サービス分類表21およびシソーラス表20の例を示している。図6の商品・サービス分類表には、商品またはサービスの種類を表すジャンル名と、それに対応するジャンルコードが格納されている。例えば、ジャンル名「家具」のジャンルコードは「0101001」である。また、図7のシソーラス表は、受け手が指定した単語から対応するジャンル名とジャンルコードを検索するために用いられ、大分類（大）、中分類（中）、小分類（小）の3段階の分類からなる。

【0028】図8は、広告受信要件22の例を示している。図8の広告受信要件22において、ダイレクトメール配信システムID、生年月日、性別、職業、居住地域、行動範囲、および現時点の所在地域は、受け手の個人的な属性情報を表し、ジャンルi、ジャンルiの有効期間（i=1, 2, ..., M）は、受信を希望する広告情報の種類とそれに対する条件を表す。ダイレクトメール配信システムIDの欄には、配信ホスト計算機11が受け手に対して自動的に付与する識別子が格納され、職業の欄には職業分類コードが、居住地域、行動範囲、および現時点の所在地域の欄には地域コードが、それぞれ格納される。行動範囲とは、勤務先などの日常的な移動範囲を意味し、現時点の所在地域とは、広告情報を受

信可能な端末の最新の位置を意味する。ジャンルi、ジャンルiの有効期間の欄には、それぞれ商品・サービス分類表21のジャンルコード、そのジャンルの広告受信要求の有効期間が格納される。

【0029】現時点の所在地域として、受け手の携帯電話やPHS（パーソナル・ハンディ・ホーン）等の携帯端末の所在地の情報を格納しておけば、広告情報の配信先を絞り込む条件として利用することができる。例え

10 ば、スーパーマーケットのタイムサービスを知らせる音声メールを、対応する時間帯に店舗の近くにいる受け手に対して優先的に流すことも可能になる。また、ジャンル毎の有効期間を設定することにより、例えば、季節毎に希望するジャンルを変更したり、一定期間経過後にそのジャンルの広告の配信を自動的に終了させることができる。

【0030】図9は、受け手端末13と配信ホスト計算機11により行われる第1の広告受信要件登録処理のフローチャートである。第1の広告受信要件登録処理には、商品・サービス分類表21が用いられる。図9において処理が開始されると、まず受け手は受け手端末13から生年月日などの属性情報を入力する（ステップS20）。次に、配信ホスト計算機11は、商品・サービス分類表21のジャンルの内容をすべて受け手端末13の画面に表示する（ステップS21）。

【0031】表示されたジャンルの中から受け手が1つを選択すると（ステップS22）、配信ホスト計算機11は選択されたジャンルをキーとして、既に記憶されている広告送信要件34を検索する（ステップS23）。そして、そのジャンルに関して過去一定期間の間に送付30 されたことのある広告の広告送信要件34の数（広告情報数）を画面に表示し（ステップS24）、そのジャンルを希望ジャンルとして登録するかどうかを問い合わせる（ステップS25）。ここでは、一定期間として1ヶ月を採用している。受け手は、表示された広告情報数をその情報の人気の目安にことができる。

【0032】受け手が登録を希望する場合は、そのジャンルの広告情報を受信する有効期間を入力し（ステップS26）、処理を終了する。登録を希望しない場合は、ステップS21以降の処理を繰り返す。

40 【0033】ステップS22において、受け手が商品・サービス分類表21にないジャンルを指定した場合は、配信ホスト計算機11は指定されたジャンルを商品・サービス分類表21の新たな項目として追加することもできる。

【0034】図10は、受け手端末13と配信ホスト計算機11により行われる第2の広告受信要件登録処理のフローチャートである。第2の広告受信要件登録処理には、シソーラス表20が用いられる。図10において処理が開始されると、まず受け手は受け手端末13から生年月日などの属性情報を入力し（ステップS30）、要

求したい広告情報に関する単語を入力する（ステップS31）。次に、配信ホスト計算機11は、入力された単語をキーとしてシソーラス表20から対応するジャンルを検索する（ステップS32）。

【0035】例えば図7のシソーラス表を用いた場合、入力された単語が「家庭」であれば、大分類の「家庭・趣味」に包含されるすべてのジャンル名が検索結果となる。また、入力された単語が「家具」であれば、小分類のジャンル名「家具」のみが検索結果となる。

【0036】次に、配信ホスト計算機11は入力された単語に該当したジャンルをキーとして、既に記憶されている広告送信要件34を検索する（ステップS33）。そして、そのジャンル名と、そのジャンルに関して過去一定期間の間に送付されたことのある広告の広告送信要件の数（広告情報数）とを、受け手端末13の画面に表示し（ステップS34）、そのジャンルを希望ジャンルとして登録するかどうかを問い合わせる（ステップS35）。ここでも、一定期間として1ヶ月を採用している。該当したジャンルが複数ある場合は、各ジャンル毎に広告情報数を表示する。

【0037】受け手が登録を希望する場合は、そのジャンルの広告情報を受信する有効期間を入力し（ステップS36）、処理を終了する。登録を希望しない場合は、ステップS31以降の処理を繰り返す。

【0038】ステップS31において、受け手がシソーラス表20の分類名に含まれない単語を入力した場合は、配信ホスト計算機11は入力された単語をシソーラス表20の新たな分類名として追加することもできる。

【0039】図9の第1の広告受信要件登録処理または図10の第2の広告受信要件登録処理により、広告受信要件22が作成される。次に、図11および図12を参照しながら、受信手段の登録処理について説明する。

【0040】図11は、受信手段登録表24の例を示している。図11の受信手段登録表において、受け手IDの欄には、配信ホスト計算機11から付与された受け手のダイレクトメール配信システムIDが格納され、受信手段i (i=1, 2, ..., N) の欄には、i番目の優先度を持つ受信手段のコードが格納される。通常は、受信手段1に指定された形態で広告情報が配信される。受信手段のコード1、2、3、4、5は、それぞれ広告情報の受信手段（配信形態）がFAX、音声メール、電子メール、ビデオオンデマンド、一般郵便であることを意味する。これらの各受信手段をさらに細分化して、例えば複数の電子メールシステムに応じて複数のコードを用意してもよい。

【0041】受信手段iのアドレスには、対応する受け手の受信端末等のアドレスが格納される。例えば、FAXの場合はFAX番号、音声メールの場合は電話番号、電子メールの場合はパソコン通信ID、ビデオオンデマンドの場合は通信ID、一般郵便の場合は住所が、それ

ぞれ格納される。

【0042】受信手段iの制限単位の欄には、その受信手段による受信制限量の単位が格納される。この制限単位としては、例えば月当たり、週当たりの所定単位期間当たりに受信するメールの数（通）やバイト数などが用いられる。受信手段iの制限期間の欄には、その受信手段による受信を希望する期間が、日単位や週単位などで格納される。受信手段iの制限量の欄には、その受信手段で受信可能な情報量が上述の制限単位に従って格納される。例えば電子メールの場合には、受け手のメールボックスの容量が制限量として用いられてもよいし、ユーザーが設定してもよい。

【0043】受信手段iの制限オーバー取り扱いの欄には、その受信手段の制限期間や制限量をオーバーした時の取り扱いを示す制限オーバーコードが格納される。制限オーバーコードが1の場合は受け取りを拒否し、それが2の場合は翌日以降に受け取り、3の場合は広告情報の一部分である見出し（あるいは題名）のみを受け取る。受信手段iの例外受け取りの欄には、その受信手段の制限をオーバーする場合でも例外的に受け取りを希望するかどうかを示すフラグが格納される。そのフラグは、例外受け取りを希望する場合は「有」となり、希望しない場合は「無」となる。

【0044】また、最下段の受け取り拒否の欄には、受け手が広告情報の受け取りを拒否したい送り手のダイレクトメール配信システムIDが格納される。この受け取り拒否の欄を設定することにより、特定の送り手からのダイレクトメールが配信されないようにすることが可能になる。

【0045】図12は、受け手端末13と配信ホスト計算機11により行われる受信手段登録処理のフローチャートである。図12において処理が開始されると、まず受け手は受信手段を1つ選択し（ステップS41）、選択した受信手段のアドレスを入力する（ステップS42）。選択された受信手段は受信手段登録表24の受信手段1として登録され、入力されたアドレスは受信手段1のアドレスとして格納される。

【0046】次に、受け手は受け取り制限単位を選択し（ステップS43）、受け取り制限期間を選択し（ステップS44）、受け取り制限量を入力し（ステップS45）、制限オーバーの取り扱いを入力する（ステップS46）。選択された受け取り制限単位は受信手段1の制限単位として格納され、選択された受け取り制限期間は受信手段1の制限期間として格納され、入力された受け取り制限量は受信手段1の制限量として格納され、入力された制限オーバーの取り扱いは受信手段1の制限オーバーの取り扱いとして格納される。次に、受け手は例外受け取りの有無を選択し（ステップS47）、選択結果は受信手段1の例外受け取りとして格納される。

【0047】ここで、配信ホスト計算機11は、違う受

信手段を登録するかどうかを受け手に対して問い合わせ（ステップS48）、登録する場合はステップS41以降の処理を繰り返す。ステップS41からS47の処理を繰り返すことにより、優先度の高い順に複数の受信手段が受信手段登録表24に登録される。ステップS48で別の受信手段を登録しない場合は、受け手は受け取りを拒否したい送り手を指定して（ステップS49）、処理を終了する。

【0048】次に、図13から図15までを参照しながら、広告送信要件34の登録処理について説明する。図13は、広告送信要件34の例を示している。図13の広告送信要件において、送り手のID、送信広告番号、賞味期限、およびジャンルは、広告情報の属性を表し、検索式は、送り手の受け手に対する希望条件を表す。また、最大送信件数、分割配信、分割配信回数、および分割配信間隔は、広告情報の配信条件を表し、送信結果、配信開始日、およびステータスは、配信処理の管理情報を表す。

【0049】送り手のIDの欄には、送り手のダイレクトメール配信システムIDが格納され、送信広告文番号の欄には、送信広告文26の通し番号（管理通番）が格納され、賞味期限の欄には、送信広告文26の有効期限が格納され、ジャンルの欄には、送り手が指定した広告情報のジャンルコードが格納される。賞味期限は、数秒、数分、数時間等の一定時間単位で設定してもよく、数日、数週間等の一定期間単位で設定してもよい。また、検索式の欄には、送信先を絞り込むための集合演算式が格納される。この集合演算式は、受け手の属性情報と希望ジャンルの各項目のANDやORを組み合わせて作成される。このような検索式を設定することにより、送り手は広告の配信先を自由に選択することが可能になる。

【0050】最大送信件数の欄には、送信広告文26の最大件数が格納され、分割配信の欄には、分割配信をするかしないかを示すフラグが格納される。分割配信とは、広告情報を多数の配信先に対して複数回に分けて配信することを意味する。分割配信回数、分割配信間隔の欄には、それぞれ分割回数、分割間隔が格納される。例えば、1日1000通ずつ10回に分けて配信したい場合は、分割配信回数を10、分割間隔を1日とすればよい。このような分割配信を指定すれば、広告情報を一定数ずつ一定間隔で配信することができる。

【0051】送信結果の欄には、広告情報配信部27による配信処理の後に、送信広告文26の送信件数が格納され、配信開始日の欄には、送信広告文26の配信を開始した年月日が格納され、ステータスの欄には配信の現状を示す配信待ち、実施中、配信完了のいずれかのデータが格納される。このような管理情報を保持することにより、例えば、過去一定期間内に送信された特定のジャンルの送信広告文26の数などを求めることができる。

【0052】図14は、送り手端末14と配信リスト作成部23により行われる広告送信要件登録処理のフローチャートである。図14において処理が開始されると、まず配信リスト作成部23は、商品・サービス分類表21のジャンルの内容をすべて送り手端末14の画面に表示する（ステップS51）。表示されたジャンルの中から送り手が1つを選択すると（ステップS52）、配信リスト作成部23は選択されたジャンルをキーとして受け手の広告受信要件22を検索し、そのジャンルを登録している広告受信要件22を取り出す。そして、それらの広告受信要件22の属性情報の項目と指定ジャンルとをすべて表示する（ステップS53）。

【0053】次に、送り手が受け手を絞り込むために属性情報およびジャンルの項目を選択すると（ステップS54）、配信リスト作成部23は選択された項目からなる検索式を用いて広告受信要件22を検索し、検索条件に該当する送信先IDを含む図15のような配信リスト25を作成する（ステップS55）。広告受信要件22をリレーションナルデータベースに格納しておけば、配信リスト作成部23が検索式による問い合わせをデータベースに送ることにより、自動的に検索が行われる。図15の配信リストにおいて、送り手のIDと送信広告文番号は図13の広告送信要件と同様であり、送信先ID-i（i=1, 2, ..., J）の欄には、i番目の受け手のダイレクトメール配信システムIDが格納され、送信結果-iの欄には、i番目の受け手に対する送信結果が格納される。

【0054】このように、送り手は送信する広告のジャンルを指定するだけでなく、受け手が希望しているジャンル名をも指定することができる。例えば車のダイレクトメールを送る時に、ステップS54で「車」と「家」をジャンル名として指定すれば、「車」と「家」の両方の広告を希望している受け手だけにダイレクトメールを送ることができる。ジャンル名は3つ以上指定してもよい。

【0055】次に、配信リスト作成部23は作成した配信リスト25に含まれる配信先の数Jを表示し（ステップS56）、配信先を決定するかどうかを問い合わせる（ステップS57）。送り手が配信先を決定しない場合は、ステップS53以降の処理を繰り返す。配信先を決定した場合は、次に送り手は最大送信件数を入力し（ステップS58）、配信リスト作成部23は入力された最大送信件数と配信リスト25の配信先数を比較する（ステップS59）。配信先数が最大送信件数より多い場合は、配信リスト25中の配信先をランダム抽出で減らし（ステップS60）、次に分割配信を行うかどうかを問い合わせる（ステップS61）。ステップS59で配信先数が最大送信件数以下の場合は、そのままステップS61の処理に移る。

【0056】送り手が分割配信を指定した場合は、分割

回数と分割間隔を入力し（ステップS62）、次に賞味期限を入力して（ステップS63）、処理を終了する。ステップS61で分割配信が指定されなかった場合は、そのままステップS63の処理に移る。

【0057】ステップS56において、指定されたジャンル毎の受信希望者数やそれらの受け手の属性情報の統計データを、送り手端末14上に表示してもよい。送り手は、表示された統計情報を参考にして配信先を決定することができる。

【0058】次に、図16から図22までを参照しながら、広告情報配信処理について説明する。図16は、送信広告文26の例を示している。図16の送信広告文において、送り手のIDと送信広告文番号は図13の広告送信要件と同様であり、題名の欄には、送り手が作成した送信広告文の題名（見出し）が格納され、本文の欄には、送信広告文の本体のデータが格納されている。このデータは、テキストデータに限らず、画像データや音声データなどでもよい。送信手段の欄には、送り手が指定した送信広告文の受信手段コードが格納される。

【0059】図17は、送り手プロフィール32の例を示している。図17の送り手プロフィールにおいて、会社名（氏名）の欄には、送り手の会社名または氏名が格納され、電話番号、FAX番号、パソコン通信ID、ダイレクトメール配信システムIDの各欄には、それぞれ送り手の対応する情報が格納される。会社概要の欄には、会社の説明内容が格納され、該当商品ジャンルの欄には、送り手が提供可能な1つ以上の商品またはサービスのジャンルコードが格納される。このような送り手プロフィール32を受け手に送付することにより、送り手のアドレス情報を受け手に伝えることができ、受け手は送り手にコンタクトしやすくなる。

【0060】図18は、送付済管理情報29の例を示している。図18の送付済管理情報は送り手毎に作成され、送り手のIDの欄には、送り手のダイレクトメール配信システムIDが格納される。送付済IDの欄には、その送り手が過去に送付した広告情報のすべての受け手のダイレクトメール配信システムIDが格納される。このような送付済管理情報29により、特定の送り手が広告情報を送ったことのある配信先とそうでない配信先とを区別することができる。

【0061】図19は、受け取り制限情報30の例を示している。図19の受け取り制限情報は受け手毎に作成され、受け手のIDの欄には、受け手のダイレクトメール配信システムIDが格納される。送付済数の欄には、その受け手が登録している受信手段1の形態で配信した広告情報の数量が格納される。この場合の広告情報の送り手は不特定である。このような受け取り制限情報30と受信手段登録表24とから、受信手段1の送付済数が受信制限量に達したかどうかを調べることができる。

【0062】図20は、広告情報配信部27による広告

情報配信処理のフローチャートである。送り手からの配信指示により処理が開始されると、広告情報配信部27は、まず指示された送信広告文番号に従って原稿となる送信広告文26を選択し（ステップS71）、配信リスト25を選択する（ステップS72）。次に、カウンタ値を1とおき（ステップS73）、配信リスト25の先頭から順に送信先IDを1つ選択する（ステップS74）。そして、選択された送信先IDに対応する受信手段登録表24を参照し、その受信手段登録表24の受信手段1が送信広告文26に記録された送信手段と一致するかどうかを調べる（ステップS75）。両者が一致しない場合は、配信リスト25の送信先IDに対応する送信結果に「不可」をセットし（ステップS76）、カウンタ値を1つインクリメントして（ステップS77）、次の送信先IDを選択する（ステップS74）。

【0063】ステップS75で受信手段1が送信手段と一致した場合は、次にその受け手の受け取り制限情報30を参照し、その送付済数と受信手段1の受け取り制限数（受信制限量）とを比較する（ステップS78）。送付済数が受け取り制限数に達していれば制限処理を行う（ステップS79）。それが受け取り制限数より少なければ、次に送り手の送付済管理情報29を参照し、その送付済IDの中に選択された送信先IDが含まれているかどうかを調べる（ステップS80）。送信先IDがいずれかの送付済IDに一致すれば、その送信先に送信広告文26のみを送信し、受け取り制限情報30の送付済数に1を加算する（ステップS81）。送信先IDがいずれかの送付済IDにも一致しなければ、その送信先に送信広告文26と送り手プロフィール32を送信し、その送信先IDを送付済管理情報29の送付済IDの欄に加える（ステップS82）。そして、受け取り制限情報30の送付済数に1を加算する（ステップS83）。

【0064】次に、カウンタ値が最終の値に達したかどうかを判定し（ステップS84）、最終に達していないければそれをインクリメントして（ステップS77）、ステップS74以降の処理を繰り返し、最終に達すれば処理を終了する。

【0065】このような配信処理により、受け手と送り手の指定した通信手段が一致し、かつ、受け手の指定した制限量を超えない場合に、通常の配信が行われ、制限量を超える場合は制限処理が行われる。また、送り手が初めて広告を送る送信先には、送信広告文26に送り手プロフィール32が自動的に付加されて送られる。

【0066】図21は、図20のステップS79で行われる制限処理のフローチャートである。図21において処理が開始されると、広告情報配信部27は、まず受け手の受信手段登録表24から受信手段1の例外受け取りの値と受け取り制限期間（受信制限期間）を読み出し、送り手の広告送信要件34から賞味期限を読み出す。そして、例外受け取りが「有」で、かつ、賞味期限が今日

でかつ受け取り制限期間内であるかどうかを判定する（ステップS91）。判定結果がYESの場合は、例外処理として送信広告文26を受け手に送信し（ステップS92）、処理を終了する。判定結果がNOの場合は、次に受信手段1の制限オーバーコードが1かどうかを調べる（ステップS93）。

【0067】制限オーバーコードが1であれば、配信リスト25の対応する送信先の送信結果に「不可」をセットし（ステップS94）、処理を終了する。制限オーバーコードが1でなければ、次に制限オーバーコードが2かどうかを調べる（ステップS95）。制限オーバーコードが2であれば、翌日に送信広告文26を送信して（ステップS96）、処理を終了する。制限オーバーコードが2でなければ、送信広告文26内の題名のみを送信して（ステップS97）、処理を終了する。

【0068】このような制限処理により、受け手は賞味期限がせまった広告情報を制限オーバー時でも例外的に受け取ることができる。また、図11の制限オーバーコードにより指定された処理が自動的に行われる。

【0069】図22は、図20のステップS81、S82、および図21のステップS92、S96で行われる送信処理のフローチャートである。図22において処理が開始されると、広告情報配信部27は、まず送り手の広告送信要件34を参照し、今日の日付が賞味期限を過ぎていないかどうかを調べる（ステップS101）。今日が賞味期限を過ぎていれば、配信リスト25の対応する送信先の送信結果に「不可」をセットし（ステップS102）、処理を終了する。賞味期限を過ぎていなければ、受信手段登録表24の受信手段1に指定された形態で受け手に送信広告文26等を送信する（ステップS103）。次に、課金処理部28が送り手のIDに対して配信料金を課金し（ステップS104）、広告情報配信部27が送信結果に「完了」をセットして（ステップS105）、処理を終了する。

【0070】このような送信処理によれば、送り手が設定した賞味期限を過ぎた広告情報は自動的に配信が停止される。この賞味期限は送り手が自由に変更でき、例えば、既に過ぎた賞味期限を延長することもできる。

【0071】ステップS103において、受信手段1の制限期間が終了している等の理由でその受信手段による送信ができない場合、受信手段登録表24内で受信手段2以降に登録されている他の形態で送信してもよい。その場合、受信手段1から受信手段Nまで順に優先度を下げていき、各受信手段毎に図20のステップS75、S78のような判定を行うものとする。また、各受信手段の送付済数を管理するため、図19のような受け取り制限情報30を各受信手段毎に作成しておく。

【0072】以上の実施形態において、受け手および送り手は、広告受信要件22、受信手段登録表24および広告送信要件34を隨時変更することができ、また新し

くそれらを入力することもできる。このような場合、広告情報配信部27は変更された情報や新しく入力された情報に基づいて、自動的に配信処理を行う。

【0073】また、広告受信要件22の登録時に、配信ホスト計算機11は既に登録されている広告受信要件22の希望ジャンル等を提示し、受け手は提示された希望ジャンル等を自分の広告受信要件22として登録することもできる。このとき、登録希望者が入力した属性情報と同じ属性を持つ他の受け手の広告受信要件22を検索し、それを登録希望者の広告受信要件22として登録してもよい。さらに、配信ホスト計算機11内にいくつかの標準的な広告受信要件22の例を用意しておき、受け手がそれらの中から広告受信要件22を選択できる構成としてもよい。

【0074】また、広告情報配信部27は広告情報を受け手端末13に配信するだけでなく、送り手が検索式として指定した希望条件に該当した広告受信要件22内の項目を、広告情報とともに配信することもできる。例えば電子メールによる配信の場合は、これらの該当項目は送信広告文26とともに受け手端末13上に表示される。

【0075】尚、実施形態においては送り手であるベンダーの広告情報の配信処理について説明したが、本発明は送り手から受け手に提供される任意の情報に適用することができる。

【0076】

【発明の効果】本発明によれば、送り手は受け手に対する希望条件を登録することにより、情報の送信先を自由に絞り込むことができ、受け手は送られる情報に対する希望条件を登録することにより、情報を選択することができる。これにより、送り手と受け手の双方の希望を満足する情報配信が可能になる。特に広告情報の場合は高いヒット率が期待でき、ターゲット・マーケティングに貢献するところが大きい。

【0077】また、受け手の生年月日、性別、電子メールアドレス、電話番号等の個人情報はホスト計算機が管理し、送り手に知らされることはないので、受け手のプライバシーが保護される。

【図面の簡単な説明】

40 【図1】本発明の原理図である。

【図2】実施形態のシステム構成図である。

【図3】配信ホスト計算機の構成図である。

【図4】受け手端末の処理のフローチャートである。

【図5】送り手端末の処理のフローチャートである。

【図6】商品・サービス分類表の例を示す図である。

【図7】シーラス表の例を示す図である。

【図8】広告受信要件の例を示す図である。

【図9】第1の広告受信要件登録処理のフローチャートである。

50 【図10】第2の広告受信要件登録処理のフローチャー

トである。

- 【図11】受信手段登録表の例を示す図である。
- 【図12】受信手段登録処理のフローチャートである。
- 【図13】広告送信要件の例を示す図である。
- 【図14】広告送信要件登録処理のフローチャートである。
- 【図15】配信リストの例を示す図である。
- 【図16】送信広告文の例を示す図である。
- 【図17】送り手プロフィールの例を示す図である。
- 【図18】送付済管理情報の例を示す図である。
- 【図19】受け取り制限情報の例を示す図である。
- 【図20】広告情報配信処理のフローチャートである。
- 【図21】制限処理のフローチャートである。
- 【図22】送信処理のフローチャートである。

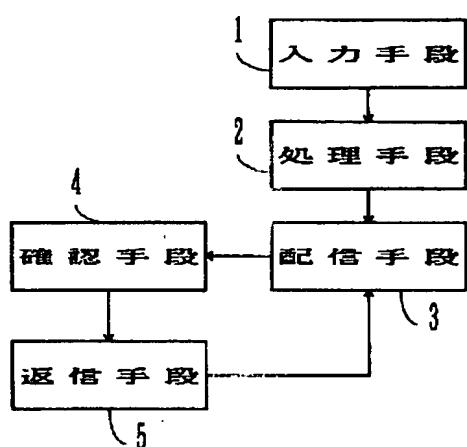
【符号の説明】

- 1 入力手段
- 2 処理手段
- 3 配信手段
- 4 確認手段
- 5 返信手段

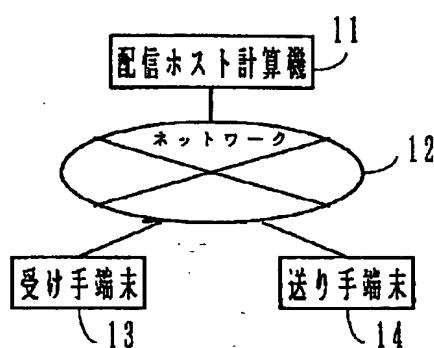
20

- 1 1 配信ホスト計算機
- 1 2 ネットワーク
- 1 3 受け手端末
- 1 4 送り手端末
- 2 0 シソーラス表
- 2 1 商品・サービス分類表
- 2 2 広告受信要件
- 2 3 配信リスト作成部
- 2 4 受信手段登録表
- 10 2 5 配信リスト
- 2 6 送信広告文
- 2 7 広告情報配信部
- 2 8 課金処理部
- 2 9 送付済管理情報
- 3 0 受け取り制限情報
- 3 1 確認情報
- 3 2 送り手プロフィール
- 3 3 レスポンス通知部
- 3 4 広告送信要件

【図1】 本発明の原理図



【図2】 実施形態のシステム構成図



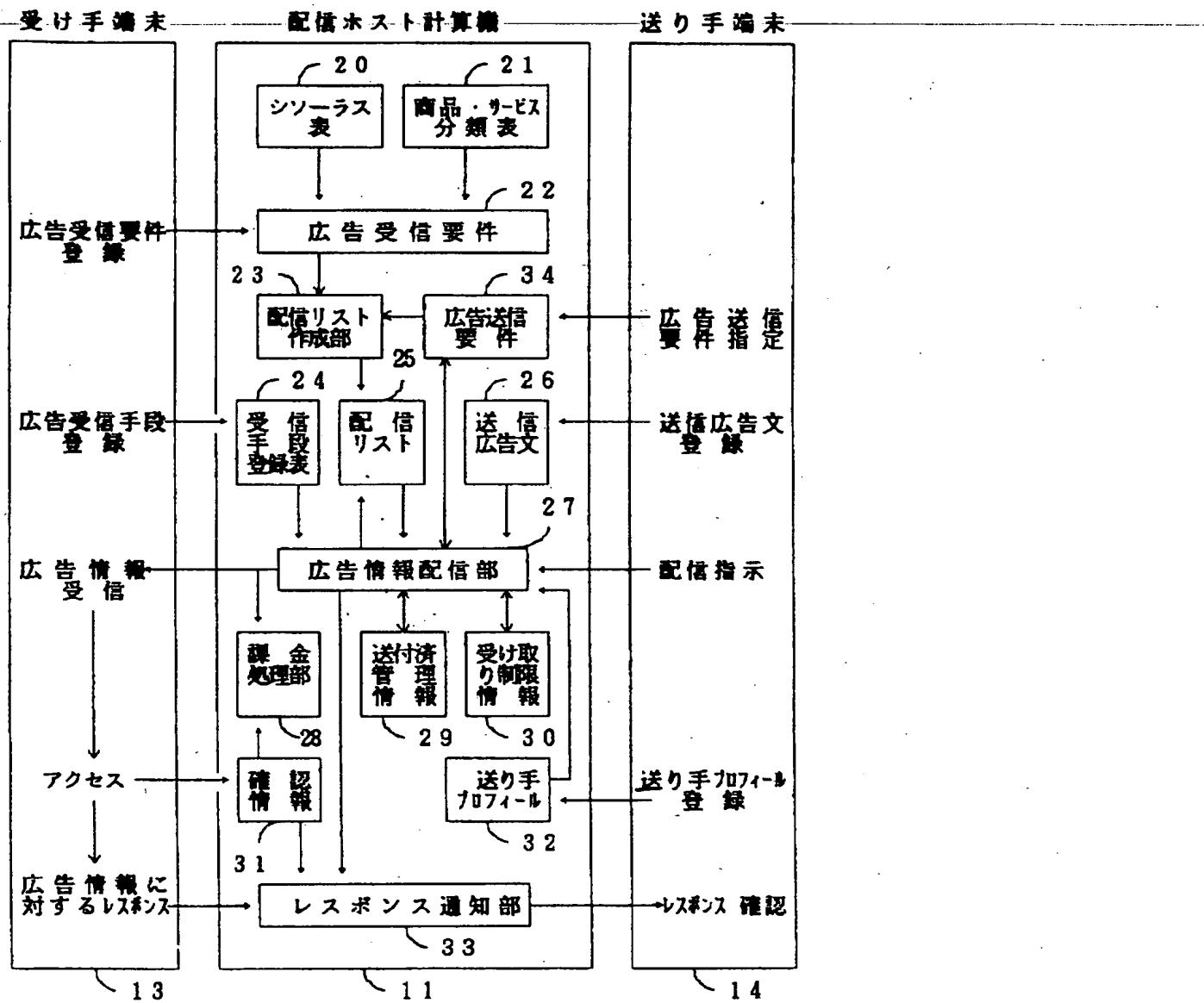
【図16】

送信広告文の例を示す図

項目	内容
送り手のID	ダイレクトメール配信システムID
送信広告文番号	送信広告文の管理番号
題名	題名
本文	データ
送信手段	送信広告文の受信手段コード

【図3】

配信ホスト計算機の構成図



【図18】

送付済管理情報の例を示す図

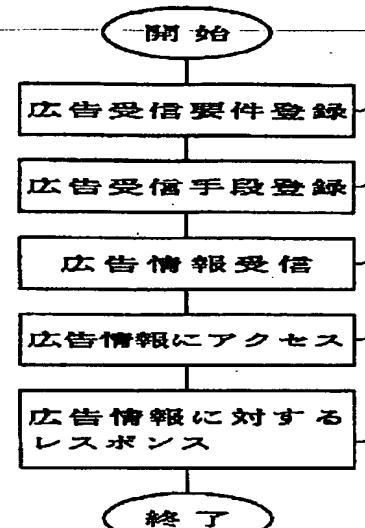
項目	内容
送り手のID	ダイレクトメール配信システムID
送付済ID	受け手のダイレクトメール配信システムID(複数)

受け取り制限情報の例を示す図

項目	内容
受け手のID	ダイレクトメール配信システムID
送付済数	送付した広告情報数

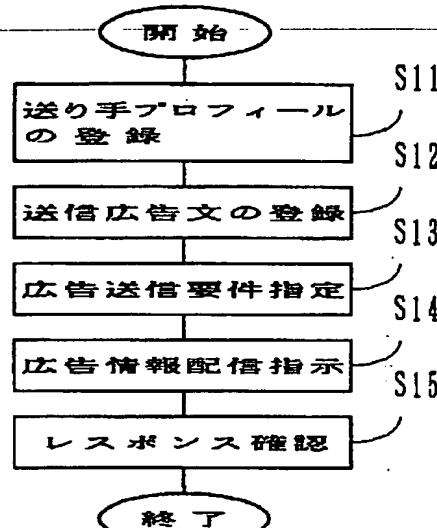
【図4】

受け手端末の処理のフローチャート



【図5】

送り手端末の処理のフローチャート



【図6】

商品・サービス分類表の例を示す図

ジャンルコード	ジャンル名
0101001	家 具
0101002	食 器
0101003	家 電
.....
0102001	模 型
0102002	ゲ ー ム
0201001	パ ソ コン 本 体
0201002	パ ソ コン 周 辺 機 器
0201003	ソ フ ト ウ ェ ア
.....

【図7】

シリーラス表の例を示す図

大 中 小

- ・家庭・建物(01)
 - ・家庭用品(0101)
 - ・家 具 (0101001)
 - ・食 器 (0101002)
 - ・家 電 (0101003)
 - ・寝 具 (0101004)
 - ・文 具 (0101005)
 - ・めがね (0101006)
 - ・建 物 (0102)
 - ・模 型 (0102001)
 - ・ゲ ー ム (0102002)
- ・パソコン・ワープロ(02)
 - ・パソコン(0201)
 - ・パ ソ コン 本 体 (0201001)
 - ・パ ソ コン 周 边 機 器 (0201002)
 - ・ソ フ ト ウ ェ ア (0201003)
 - ・パ ソ コン サブライ (0201004)
 - ・ワープロ(0202)
 - ・ワープロ本体 (0202001)
 - ・ワープロサブライ (0202002)

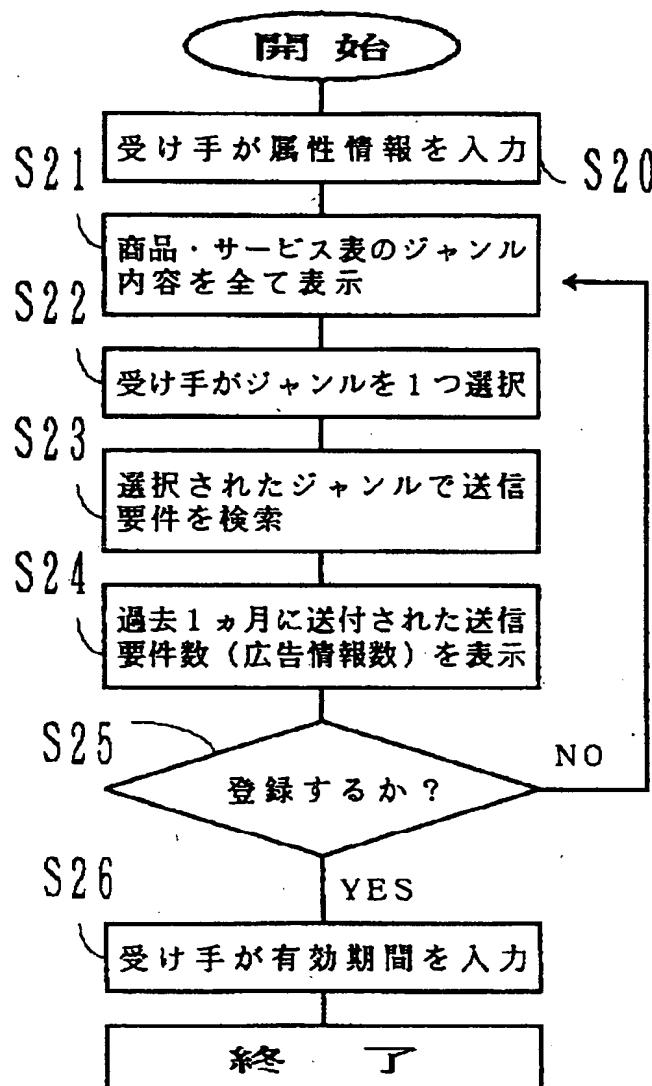
【図8】

廣告受信要件の例を示す図

項目	内 容
ダイレクトメール配信システムID	システムで自動的に付与
生年月日	生年月日
性 別	男 女
職 業	職業分類コード
居住地 域	地域コード
行動範 囲	地域コード(複数)
現時点の所在地 域	地域コード
ジャンル 1	ジャンルコード
ジャンル 1 の有効期間	要求の有効期間
ジャンル 2	ジャンルコード
ジャンル 2 の有効期間	要求の有効期間
.....
ジャンル M	ジャンルコード
ジャンル M の有効期間	要求の有効期間

【図9】

第1の広告受信要件登録処理のフローチャート



【図13】

広告送信要件の例を示す図

項目	内容
送り手のID	ダイレクトメール配信システムID
送信広告文番号	送信広告文の管理番号
賞味期限	送信広告文の有効期限
ジャンル	指定したジャンルコード
検索式	送信先絞りこみ時の検索式
最大送信件数	送信広告文の最大送信件数
分割配信	する、しない
分割配信回数	何回に分割するか
分割配信間隔	分割の間隔
送信結果	送信広告文の送信件数
配信開始日	配信開始年月日
ステータス	配信の現状—待ち、実施中、完了

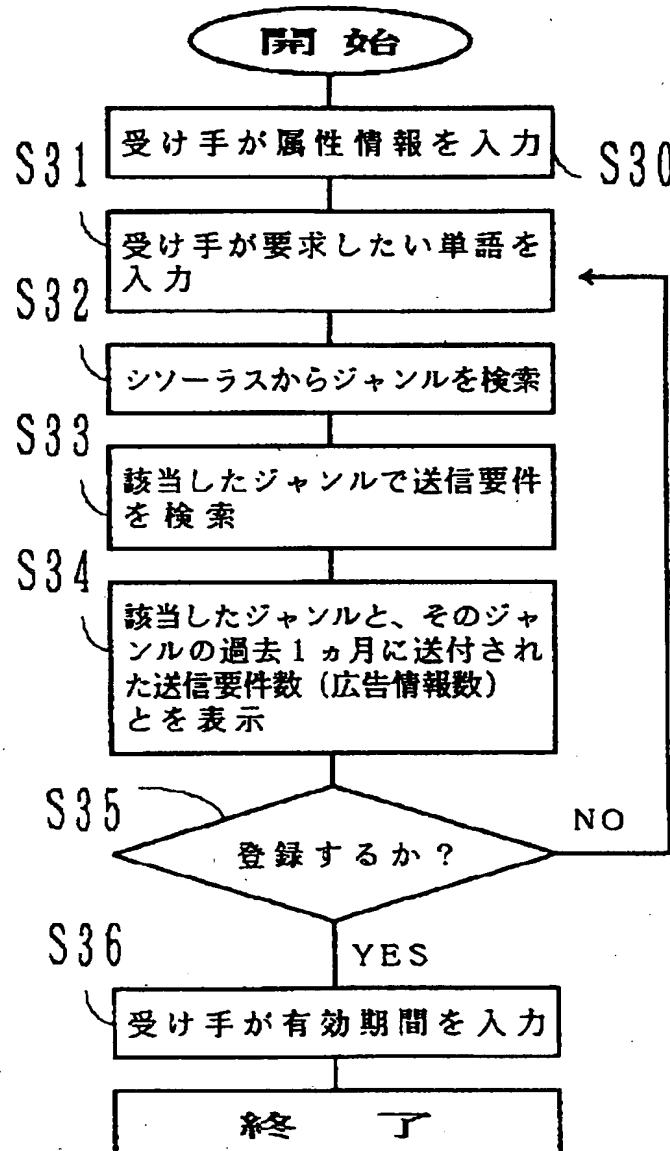
【図15】

配信リストの例を示す図

項目	内容
送り手のID	送り手のダイレクトメール配信システムID
送信広告文番号	送信広告文の管理番号
送信先ID-1	受け手のダイレクトメール配信システムID
送信結果-1	送信結果
...	...
送信先ID-J	受け手のダイレクトメール配信システムID
送信結果-J	送信結果

【図10】

第2の広告受信要件登録処理のフローチャート



【図11】

受信手段登録表の例を示す図

項目	内容
受け手ID	ダイレクトメール配信システムID
受信手段1	受信手段のコード
受信手段1のアドレス	アドレス
受信手段1の制限単位	受信制限単位=週、パイト
受信手段1の制限期間	受信制限期間=日、週
受信手段1の制限量	受信制限量
受信手段1制限オーバー取り扱い	制限オーバーコード
受信手段1の例外受け取り	例外受け取りの有無
⋮	⋮
受信手段N	受信手段のコード
受信手段Nのアドレス	アドレス
受信手段Nの制限単位	受信制限単位=週、パイト
受信手段Nの制限期間	受信制限期間=日、週
受信手段Nの制限量	受信制限量
受信手段N制限オーバー取り扱い	制限オーバーコード
受信手段Nの例外受け取り	例外受け取りの有無
受け取り拒否	送り手ダイレクトメール配信システムID

受信手段のコード
 1=PAX
 2=音声メール
 3=電子メール
 4=ビデオオンデマンド
 5=一般郵便

制限オーバーコード
 1=拒否する
 2=翌日以降受け取る
 3=見出しおみ受け取る

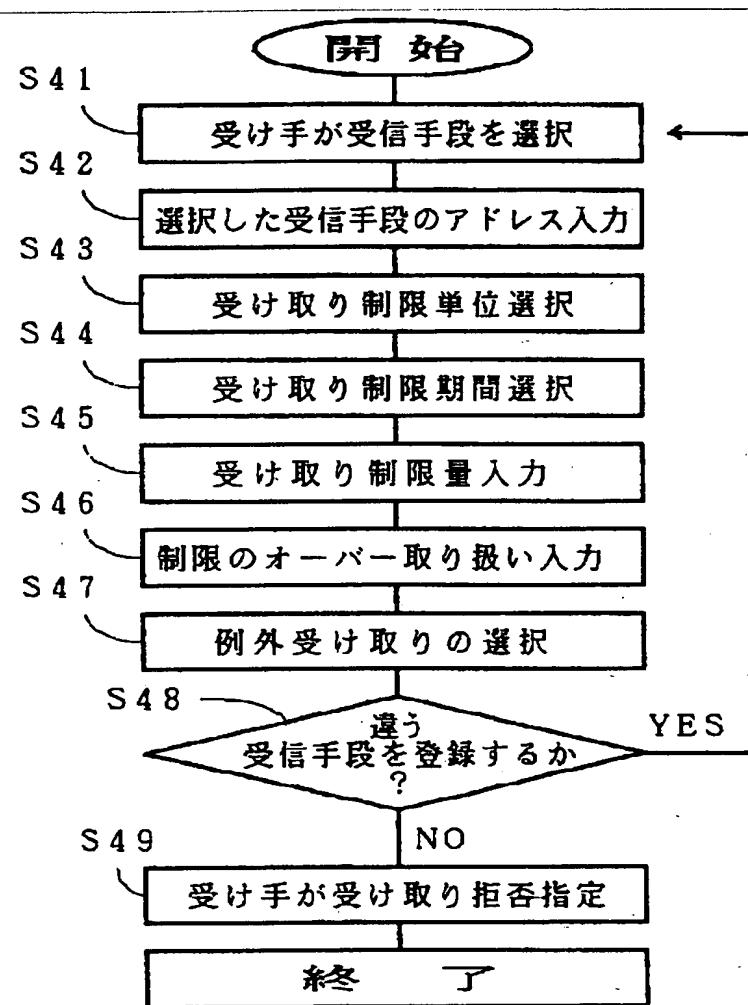
【図17】

送り手プロフィールの例を示す図

項目	内容
会社名(氏名)	会社名又は氏名
住所	住所
電話番号	電話番号
FAX番号	FAX番号
パソコン通信ID	パソコン通信ID
ダイレクトメール配信システムID	システムで自動的に付与
会社概要	会社の説明内容
該当商品ジャンル	ジャンルコード(複数)

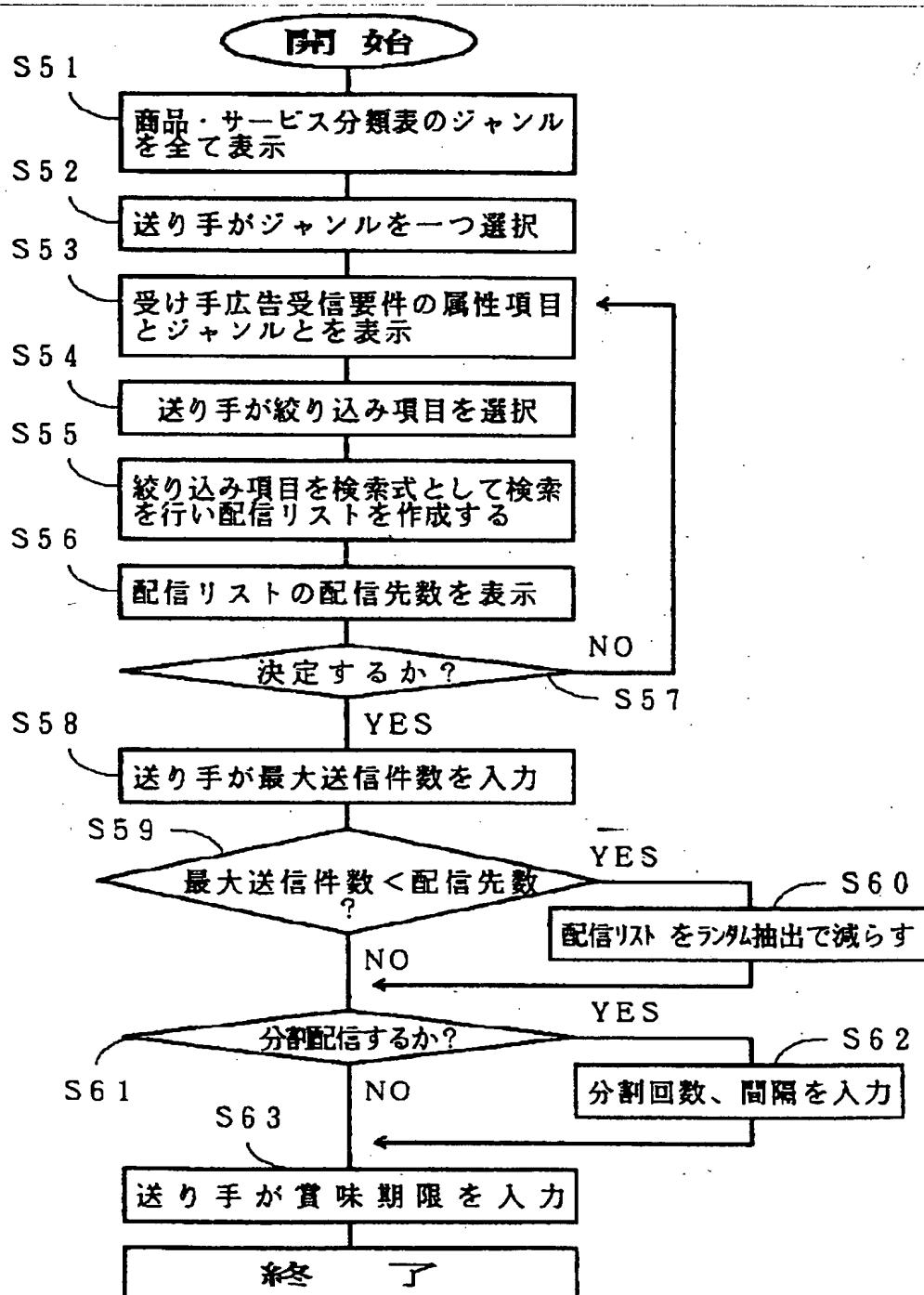
【図12】

受信手段登録処理のフローチャート



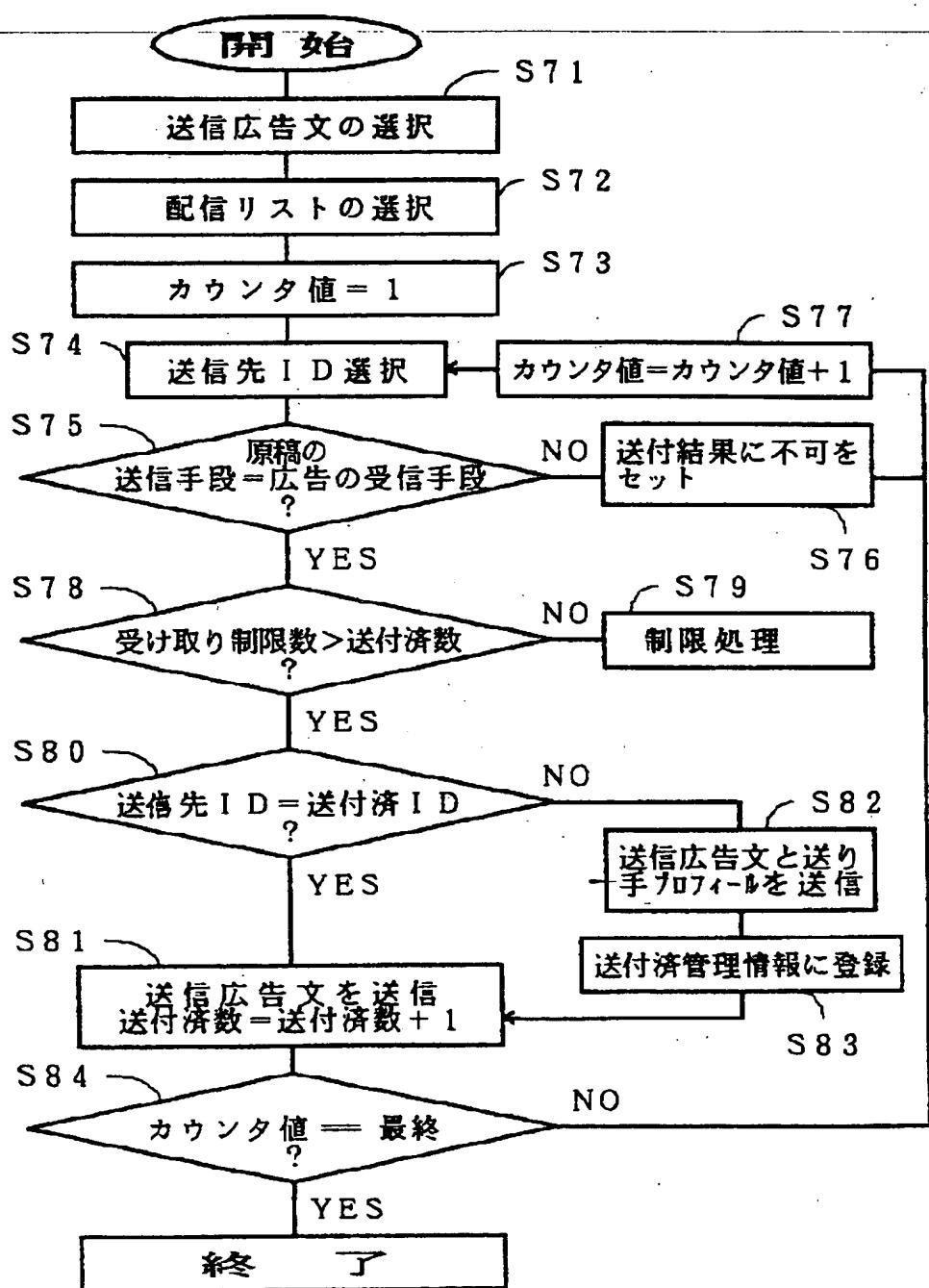
【図14】

広告送信要件登録処理のフローチャート



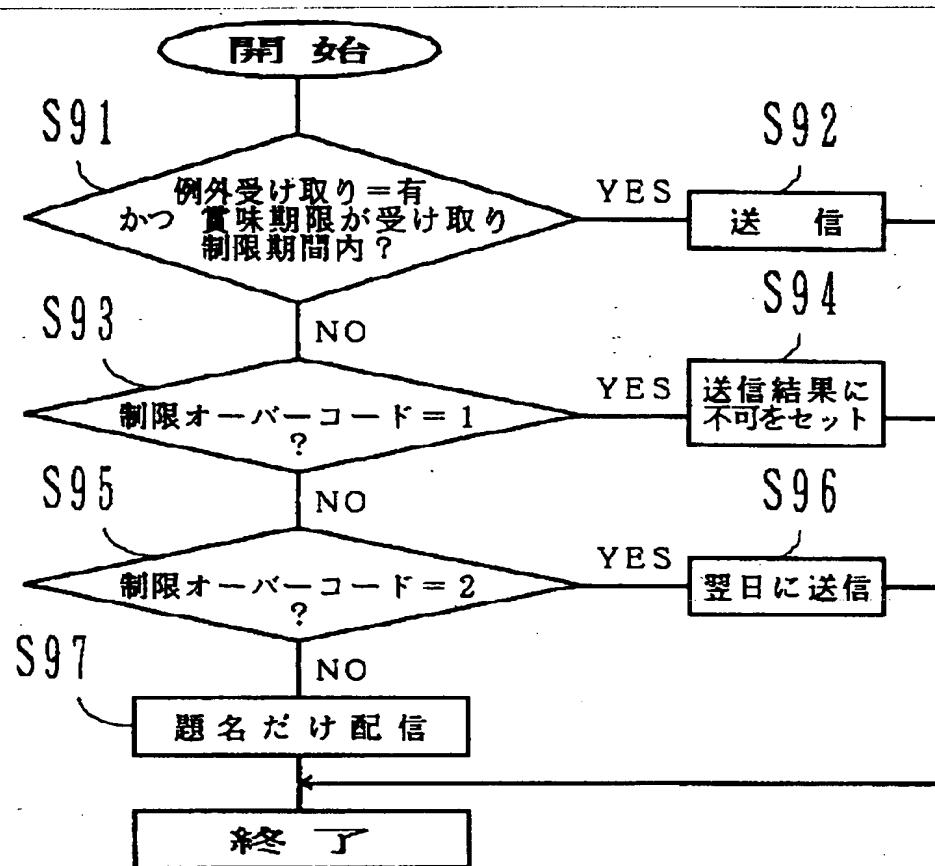
【図20】

広告情報配信処理のフローチャート



【図21】

制限処理のフローチャート



【図22】

送信処理のフローチャート

